

2016年の経営状況を振り返ると、思い通りがいかなかった一年でありました。個人消費は低迷を続けており、小売部門は低調な結果となりました。為替は大きく変動しながらも、中盤の円高基調では、為替予約を行ったことで大きなメリットを得られませんでした。ただし、利益面では、ホリ袋の原料価格の下落が業績のプラスに働き、コストダウンや社内自助努力の効果で、前期より利益を確保できました。

2017年の目標を申し上げると、昨年より当社が取り組んできたことについて大きな方針変更は考えておりませんが、今年は結果にこだわり成果を求める年と考えております。

営業面では、10年前から取り組んでいる重点業界営業の新興開拓を今年も継続して進めます。昨年

ラボレーションを積極的に実施したいとします。食品関係は堅調に推移していきますので、引き続き新製品の導入を積極的に進めていきます。また、昨年に引き続き、お客様専用のBtoB Web受発注システムを、新サービスとして「新サービス」

TEMによる営業の拡大を図ります。次に店舗分野に関しては、新規出店を行います。昨年、これまで別々にしていた直営店とフランチャイズ店（パッケージジブラン）を一つの業態として営業方針の共有化と営業方針を統一させたとこ

る、出店調整がスムーズに進むようになることができました。今、候補物件を探しているところです。また、既存店舗の活性化も重要ですので、売れ筋・死に筋を見極め、死筋商品を排除した後にどんな新商品を入れるか、MDの強化にも注力していく方針です。昨年、全社員を対象に、新商品のアイデアを募集す

結果と成果を求める年

2020年には創業100周年

はこれまで順調に売上を伸ばしていたアパレルやフラー分野が苦戦したこともあり、近年取り組み始めた子会社とのコ

order（アイオー）が完成しました。最大の特徴は包装材料（フラー）も使用できる仕組みになっている点です。導入にはティラ

最後に当社は3年後の東京オリンピックに開催する2020年に創業100周年を迎えます。100周年はとても重要ですが、その先どうするかはもっと大事なことです。今年は、100周年を反切りとして今後3年と、その先何をするか、議論をして方針を固めていこうと考えています。



シモジマ 代表取締役社長

下島 和光氏

1様との信頼関係が大切になりますので、まずは、関係の強い企業様から導入を始め、お客様との関係を強化しながら新シス

る、出店調整がスムーズに進むようになることができました。今、候補物件を探しているところです。また、既存店舗の活性化も重要ですので、売れ筋・死に筋を見極め、死筋商品を排除した後にどんな新商品を入れるか、MDの強化にも注力していく方針です。昨年、全社員を対象に、新商品のアイデアを募集す

る制度を導入しました。自社オリジナルの製品開発も、引き続き積極的に行います。

近年好調に推移している通信販売ですが、こちらも継続して拡大に努めていきます。中長期的には卸、小売り、通販を一体化させ、オムニチャネル化を目指していく方針です。通販分野の拡大には商品点数の増加が重要になることから、物流基盤の強化にも注力し